

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini berusaha untuk membahas pengaruh persepsi mahasiswa ekonomi Islam tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, dan nilai syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah. Dalam penelitian ini, menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi (pengukuran). Selain itu penelitian kuantitatif juga dapat didefinisikan sebagai suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai pengaruh persepsi mahasiswa ekonomi Islam tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, dan nilai syariah terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.¹

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah jenis penelitian deskriptif kuantitatif merupakan penelitian berupa pengumpulan data untuk

¹ V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian; Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*, (Yogyakarta: Pustakabarupress, 2014), hal. 39.

mengetes atau menguji hipotesis, dan memungkinkan untuk melakukan hubungan antar variabel.² Deskriptif kuantitatif dengan metode survei yang bersifat explanatory, yaitu penelitian yang harus dilakukan penjelasan atas hubungan, pengaruh, atau adanya hubungan kausal sebab akibat.³ Penelitian survei dilakukan untuk mengumpulkan informasi yang dilakukan dengan cara menyusun daftar pertanyaan yang diajukan pada responden melalui data kuisisioner.⁴

C. Lokasi Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini adalah tempat yang digunakan dalam memperoleh data baik penyebaran angket maupun wawancara yaitu Universitas Muhammadiyah Malang yang beralamatkan di Jl. Raya Tlogomas No. 246, Kota Malang, Jawa Timur dan Universitas Brawijaya yang beralamatkan Jl. Veteran, Malang, Jawa Timur.

D. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

D.1 Populasi

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh

² Deni Darmawan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2013), hal. 37-39.

³ *Ibid*, hal. 69.

⁴ [V. Wiratna Sujarweni, *Metode Penelitian; Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*], hal. 8.

peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁵ Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mahasiswa ekonomi Islam yang kuliah di Universitas Muhammadiyah Malang dan Universitas Brawijaya Malang. Pemilihan Universitas Muhammadiyah Malang sebagai populasi penelitian dikarenakan pembentukan karakteristik mahasiswa ekonomi Islam sudah dimulai sejak awal menjadi mahasiswa. Mulai dari adanya program P2KK, BTQ, AIK dalam pembentukan karakter Islam. Selain itu peneliti ingin mengetahui sisi internal dari mahasiswa muslim di Universitas Muhammadiyah Malang dalam mendukung perkembangan perbankan syariah dengan melihat seberapa besar persepsi mahasiswa ekonomi Islam tentang kualitas produk, kualitas pelayanan dan nilai syariah terhadap minatnya menjadi nasabah bank syariah. Dan pemilihan Universitas Brawijaya Malang dikarenakan ia merupakan bukan termasuk universitas Islam tetapi mendukung perkembangan ekonomi Islam dengan membuka program studi yaitu ekonomi Islam. Selain itu, program studi ekonomi Islam di Universitas Brawijaya baru dibuka pada tahun 2012 namun program studi ini telah mampu mendapatkan akreditasi A sehingga menarik untuk dijadikan sebagai objek penelitian. Dengan jumlah total keseluruhannya yaitu sebanyak 473 mahasiswa.

⁵ *Ibid*, hal.65.

D.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian.⁶ Berdasarkan karakteristik yang sesuai dengan penelitian ini maka dipilihlah program studi S1 Ekonomi Syariah di Universitas Muhammadiyah Malang dan program studi S1 Ekonomi Islam di Universitas Brawijaya Malang. Dipilihnya sampel tersebut dikarenakan mereka menguasai ilmu pengetahuan dan keterampilan di bidang ilmu ekonomi Islam, selain itu juga memiliki kemandirian dan sikap ilmiah untuk menemukan, mengaktualisasikan dan mengembangkan pengetahuan dalam bidang ekonomi Islam yang diperkuat dengan keahlian mereka dalam bidang ushul fiqh dan mu'amalah serta perbankan Syariah.

Sampel yang di gunakan dalam penelitian ini adalah mahasiswa yang sedang menempuh jenjang Strata 1 dan telah menjadi nasabah penabung di bank syariah. Jenjang strata S1 sangat menarik untuk diteliti dikarenakan jumlahnya yang relatif besar, sehingga kualitas permasalahannya sangat menarik untuk dijadikan sebagai penelitian. Dan dipilihnya mahasiswa yang dipilih menjadi sampel adalah mahasiswa yang telah menempuh minimal 4 semester, dikarenakan mereka yang telah menempuh setidaknya 4 semester memiliki kualitas pemahaman yang lebih mengenai bank syariah. Selain itu dipilihnya mahasiswa ekonomi Islam yang telah menjadi nasabah penabung di bank syariah dikarenakan mereka telah

⁶ *Ibid.*

menggunakan produk jasa perbankan syariah dan telah merasakan pelayanan maupun penerapan nilai syariah itu sendiri, sehingga mereka memiliki pengetahuan lebih yang didapatkan dari pengalamannya.

D.3 Teknik Pengumpulan Sampel

Teknik pengumpulan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *nonprobability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Penelitian ini menggunakan *nonprobability sampling* dengan sampling kuota. Sampling kuota adalah teknik pengumpulan sampel dari populasi yang mempunyai ciri-ciri tertentu sampai jumlah kuota yang diinginkan terpenuhi. Dalam sampel kuota pemilihan sekelompok subjek didasarkan atas ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya.⁷ Selain itu sampling kuota dipilih peneliti karena penelitian yang dilakukan oleh peneliti didasarkan atas adanya tujuan tertentu dan tidak diketahui secara pasti jumlah populasinya sehingga peneliti menentukan jumlah sampel yang akan diteliti dan memenuhi kuota dari jumlah sampel yang diinginkan oleh peneliti.

Sebagai sampel dalam penelitian ini, penyusun menggunakan batasan-batasan sesuai dengan penelitian kuantitatif. Apabila subjek kurang dari 100 orang, maka diambil semua sehingga penelitiannya merupakan

⁷ *Ibid*, hal. 71-72.

penelitian populasi. Jika subjeknya lebih dari 100 orang, maka dapat diambil antara 10%-15 atau 20-55% atau lebih.⁸

Sebagai pertimbangan representatif, maka diambil sampel 24% dari keseluruhan mahasiswa program studi S1 Ekonomi Syariah di Universitas Muhammadiyah Malang dan program studi S1 Ekonomi Islam di Universitas Brawijaya Malang angkatan 2013, 2014, dan 2015 jumlah sebanyak 216 mahasiswa.⁹ Jumlah mahasiswa S1 Ekonomi Syariah di Universitas Muhammadiyah Malang angkatan 2013, 2014, dan 2015 jumlahnya sebanyak 257 mahasiswa.¹⁰ Total keseluruhannya adalah 473 mahasiswa dan diambil 24% sebagai sampel sehingga diperoleh 113,52 responden dibulatkan menjadi 114 responden.

E. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menganalisis dua variabel yaitu variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen atau yang biasa disebut variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam penelitian ini terdapat tiga variabel independen yaitu Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Nilai Syariah (X3). Sedangkan variabel dependen dalam penelitian ini yaitu

⁸ Suharsimi Arikunto, *Metodelogi penelitian*, (Yogyakarta: Bina Aksara, 2006), hal. 116.

⁹ Profil Program Studi S1 Ekonomi Islam Universitas Brawijaya Malang, diakses pada tanggal 2 April 2017 dari <http://ie.feb.ub.ac.id/ekis/id/profil/sejarah/>.

¹⁰ Wawancara kepada Ibu Jum di Kantor Jurusan Sari'ah pada Sabtu, 29 April 2017.

minat menjadi nasabah bank syariah (Y). Yang dimaksud dengan variabel dependen atau variabel terikat adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.¹¹

F. Sumber Data

Sumber data yang dimaksud dengan dalam penelitian ini merupakan subjek dari mana data diperoleh. Karena peneliti menggunakan kuisisioner dalam pengumpulan datanya, maka sumber data disebut responden, yaitu orang yang merespon atau menjawab pertanyaan-pertanyaan peneliti, yang berupa pertanyaan tertulis.¹² Dalam penelitian ini, peneliti memperoleh data sebagai berikut :

a. Data Primer

Data primer yaitu data yang diperoleh langsung dari responden berupa jawaban terhadap kuisisioner.¹³ Pertanyaan yang diajukan kepada responden berkaitan mengenai pengaruh persepsi mahasiswa ekonomi Islam tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, dan nilai syariah terhadap minat menjadi nasabah bank syariah.

¹¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Cet. ke-22, (Bandung: Alfabeta, 2015), hal. 39.

¹² Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Yogyakarta: Renika Cipta, 2010), hal. 172.

¹³ [V. Wiratna Sujarweni, *Metodelogi Penelitian*], hal. 73-74.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder.¹⁴ Data sekunder dalam penelitian ini digunakan sebagai pendukung proses penelitian. Pada penelitian ini data sekunder diperoleh dari literatur buku, jurnal, artikel yang mendukung penelitian ini.

G. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian karena tujuan utama dalam penelitian adalah memperoleh data. Untuk memperoleh data dan informasi yang relevan penulis menggunakan metoda penelitian sebagai berikut:¹⁵

- a. Kuisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuisioner yang diajukan kepada responden berupa daftar pertanyaan tertutup. Daftar pertanyaan tertutup berisi pertanyaan-pertanyaan yang jawabannya telah disediakan dengan menggunakan skor 1 sangat tidak setuju sampai dengan 5 sangat setuju.
- b. Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka. Wawancara dalam penelitian ini digunakan untuk mendapatkan keterangan tambahan, dalam memperoleh data dengan bertanya secara langsung

¹⁴ Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Sosial; Format-format Kuantitatif dan Kualitatif*, cet. 1, (Surabaya: Airlangga University Press, 2001), hal. 128.

¹⁵ [Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*], hal. 137-144.

kepada responden mengenai pengaruh persepsi mahasiswa ekonomi Islam tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, dan nilai syariah terhadap minat menjadi nasabah di bank syariah.

H. Skala Pengukuran

Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif. Skala pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala *Likert*, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan. Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala *Likert* mempunyai gradasi yang sangat positif sampai sangat negatif, yang adap berupa kata-kata natara lain:¹⁶

1. Sangat tidak setuju (diberi skor 1)
2. Tidak setuju (diberi skor 2)
3. Ragu-ragu (diberi skor 3)
4. Setuju (diberi skor 4)
5. Sangat setuju (diberi skor 5)

¹⁶ *Ibid.*, hal. 92-93.

I. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data adalah mendeskripsikan teknis analisis yang akan digunakan untuk menganalisis data yang telah dikumpulkan, termasuk pengujiannya.¹⁷ Teknik analisis data digunakan untuk mengetahui pengaruh persepsi mahasiswa ekonomi Islam tentang kualitas produk, kualitas pelayanan, dan nilai syariah terhadap minat menjadi nasabah Bank Syariah. Uji yang di gunakan adalah uji instrumen yaitu uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinearitas, lalu uji regresi liner berganda, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis yaitu uji t dan uji f.

I.1 Uji Validitas

Validitas adalah kebenaran dan keabsahan instrumen penelitian yang digunakan. Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrumen tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Perhitungan ini akan dilakukan dengan bantuan program SPSS 21. Kriteria penilaian uji validitas adalah:¹⁸

- a. Apabila $r \text{ hitung} > r \text{ tabel}$ ($df=n$ dengan $\text{sig } \alpha 0,05$), maka dikatakan item kuisisioner tersebut valid.
- b. Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ ($df=n$ dengan $\text{sig } \alpha 0,05$), maka dapat dikatakan item kuisisioner tersebut tidak valid.

¹⁷ Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*, (Jakarta : Salemba Empat, 2011), hal. 115.

¹⁸ [V. Wiratna Sujarweni, *Metodelogi Penelitian*], hal 83.

I.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan ukuran suatu kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan konstruk-konstruk pertanyaan yang merupakan dimensi suatu variabel dan disusun dalam suatu bentuk kuisioner. Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha > 0,60 maka variabel tersebut dikatakan reliabel.¹⁹

I.3 Uji Normalitas Data

Tujuan uji normalitas adalah ingin mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal, yakni distribusi data dengan dengan bentuk lonceng (*bell shaped*). Data yang baik adalah data yang mempunyai pola seperti distribusi normal, yakni distribusi data tersebut tidak menceng ke kiri atau ke kanan. Uji normalitas bisa dilakukan dengan grafik dan melihat besaran *Kolmogorov-Smirnov*. Uji *Kolmogrov-Smirnov* digunakan untuk sampel yang besar (> 50) sedangkan *Shapiri-Wilk* untuk sampel yang sedikit (≤ 50). Uji *Kolmogrov-Smirnov* dapat dilakukan dengan kriteria pengujian:²⁰

- Angka signifikansi (SIG) > 0,05, maka data berdistribusi normal.
- Angka signifikansi (SIG) < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal.

¹⁹ *Ibid.*, hal. 85.

²⁰ Singgih Santoso, *Statistik Multivariat*, (Jakarta: PT Eex Media Komputindo, 2010), hal. 43

I.4 Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas dapat diuji melihat grafik Plots antara nilai prediksi variabel terikat (dependen), yaitu ZPRED dengan residualnya ZRESID. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas atau teratur, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.²¹

I.5 Uji Multikolinearitas

Uji multikolienaritas dapat dilakukan dengan melihat nilai *Variance Inflating Factor* (VIF) dari hasil analisis regresi. Jika nilai VIF > 10 maka terdapat gejala multikolinearitas yang tinggi.²²

I.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda pada dasarnya merupakan perluasan dari regresi linier sederhana, yaitu menambah variabel bebas.²³ Analisis regresi linier berganda adalah salah satu teknik statistik yang digunakan untuk mengetahui pengaruh dua atau lebih variabel independen yang bersifat linier terhadap satu variabel dependen. Model umum regresi linier berganda yaitu sebagai berikut :

²¹ Muhammad Nisfiannoor, *Pendekatan Statistik Modern untuk Ilmu Sosial*, (Jakarta: Salemba Humanika, 2009), hal. 92.

²² *Ibid.*, hal. 136.

²³ *Ibid.*, hal. 134-135.

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

Keterangan:

Y : Minat menjad nasabah Bank Syariah

X₁ : Persepsi Kualitas Produk

X₂ : Persepsi Kualitas Pelayanan

X₃ : Persepsi Nilai Syariah

I.7 Uji Hipotesis

Hipotesis adalah suatu perumusan sementara mengenai suatu hal yang dibuat untuk menjelaskan hal itu dan juga dapat menuntun/mengarahkan penyelidikan selanjutnya.²⁴ Uji hipotesis yang di gunakan dalam penelitian ini adalah uji parsial (uji t) dan uji simultan (uji f).

a. Uji Signifikansi Parsial (Uji t)

Uji signifikansi terhadap masing-masing koefisien regresi diperlukan untuk mengetahui signifikan tidaknya pengaruh dari masing-masing variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y). Berkaitan dengan hal itu, uji signifikasni secara parsial digunakan untuk menguji hipotesis penelitian. Nilai yang digunakan untuk melakukan pengujian adalah niali t hitung. Langkah-langkah sebagai berikut:²⁵

1. Merumuskan hipotesis nol dan hipotesis alternatif.

²⁴ Husein Umar, *Riset Sumber Daya manusia*, (Jakarta: Garmedia Pustaka Utama, 1997), hal. 168.

²⁵ [Anwar Sanusi, *Metodologi Penelitian Bisnis*], hal. 138.

$$H_0 : b_i = 0$$

$$H_1 : b_i \neq 0$$

2. Selain itu bisa juga dilihat dari probabilitas t statistik. Dimana H_0 ditolak jika Probabilitas ($t\text{-statistics} < \alpha (0.05)$), begitu juga sebaliknya dimana apabila H_1 diterima jika Probabilitas ($t\text{-statistic} > \alpha (0.05)$).

3. Mengambil keputusan dengan kriteria berikut:

Jika $-t_{\text{tabel}} \leq t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$; maka H_0 diterima

Jika $t_{\text{hitung}} < -t_{\text{tabel}}$ atau $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$; maka H_0 ditolak.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji F yang signifikan menunjukkan bahwa variasi variabel terikat dijelaskan sekian persen oleh variabel bebas secara bersama-sama adalah benar-benar nyata dan bukan terjadi karena kebetulan. Dengan kata lain berapa persen variabel terikat dijelaskan oleh seluruh variabel bebas secara bersama-sama, dijawab oleh koefisien determinasi (R^2), sedangkan signifikan atau tidak yang sekian persen itu, dijawab oleh uji F. Makin tinggi nilai koefisien determinasi dan signifikan maka semakin baik model itu.²⁶

Mengambil keputusan apakah model regresi linier berganda dapat digunakan atau tidak sebagai model analisis, dengan menggunakan kriteria berikut ini; jika H_0 ditolak maka model dapat

²⁶ *Ibid.*, hal. 137.

digunakan karena baik besaran maupun tanda (+/-) koefisien regresi dapat digunakan untuk memprediksi perubahan variabel terikat akibat perubahan variabel bebas. Pada tingkat signifikansi 5 persen dengan kriteria pengujian yang digunakan sebagai berikut :²⁷

1. H_0 di terima dan H_1 ditolak apabila $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, yang artinya variabel penjelasan secara serentak atau bersama-sama tidak mempengaruhi variabel yang dijelaskan secara signifikan
2. H_0 di tolak dan H_1 diterima apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$.

I.8 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) menjelaskan proporsi variasi dalam variabel terikat (Y) yang dijelaskan oleh variabel bebas (lebih dari satu variabel : X_i ; $i = 1, 2, 3$) secara bersama-sama. R adalah koefisien korelasi majemuk yang mengukur tingkat hubungan antar variabel terikat (Y) dengan semua variabel bebas yang menjelaskan secara bersama-sama dan nilainya selalu positif.²⁸

Nilai koefisien determinasi adalah antar nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

²⁷ *Ibid.*, hal. 138.

²⁸ *Ibid.*, hal. 137.

J. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah unsur-unsur penelitian untuk mengukur suatu variabel. Sehingga dengan pengukuran tersebut dapat diketahui indikator-indikator apa saja yang menjadi pendukung variabel-variabel yang akan dianalisa tersebut.²⁹ Untuk menghindari terjadinya perbedaan persepsi dalam menginterpretasikan pengertian masing-masing menurut konteks penelitian ini, maka definisi operasional dari variabel-variabel penelitian dibatasi secara jelas sebagai berikut:

Product Quality (X_1) adalah ukuran persepsi mahasiswa ekonomi Islam terhadap keunggulan kinerja (*performance*), keandalan (*reliability*), kesesuaian (*comformance*), dan keistimewaan (*features*) dari sebuah produk yang membuat nasabah (mahasiswa) memiliki rekening di bank syari'ah.

- keunggulan kinerja (*performance*), hal ini berkaitan dengan aspek fungsional suatu produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan pelanggan dalam membeli produk tersebut.
- keandalan (*reliability*), kehandalan produk bank dalam mewujudkan komitmen sesuai dengan promosi tahap awal transaksi dan konsistensi layanan dari waktu ke waktu sesuai promosi.
- kesesuaian (*comformance*), hal ini berkaitan dengan tingkat kesesuaian terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan pelanggan.

²⁹ Masri Singarimbun, *Metodologi Penelitian Survey*, (Jakarta: LP3ES, 2000), hal. 46.

- keistimewaan (*features*), aspek performansi yang berguna untuk menambah fungsi dasar , berkaitan dengan pilihan-pilihan produk dan pengembangannya.

Didalam Al-Qur'an juga dijelaskan bagaimana produk jasa yang baik yaitu dalam firman Allah swt.³⁰

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ عَزِيزٌ حَمِيدٌ

“ Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya Lagi Maha Terpuji.” (QS. Al-Baqarah: 267)

Service Quality (X₂) adalah ukuran persepsi mahasiswa ekonomi Islam terhadap kemampuan bank syariah dalam menyampaikan produk jasa kepada nasabah dengan ramah (*friendliness*), kemampuan untuk mencapai pasar sasaran (*Acces*) kesediaan membantu (*helpfulness*), ketanggapan (*responsiveness*), dan ketepatan waktu (*timeliness*) yang melebihi kebutuhan, keinginan dan harapan nasabah.

³⁰ QS. Al-Baqarah [2]:267.

- ramah (*friendliness*), pelayanan yang baik harus disertai dengan sikap keramahan, kesopanan kepada publik yang dilayani.
- kesediaan membantu (*helpfulness*), sikap dan perasaan senang membantu nasabah dalam membuat keputusan untuk membeli, bersahabat, dan sopan ketika melayani nasabah.
- kemampuan untuk mencapai pasar sasaran (*Acces*), faktor ini mencakup letak bank yang strategis, kemampuan untuk mencapai pasar sasaran, serta kemampuan yang mampu memberikan pelayanan dengan cepat.
- ketanggapan (*responsiveness*), kemampuan merespon pelanggan dan mampu menyelesaikan permasalahan dengan cepat.
- ketepatan waktu (*timeliness*), yaitu sikap yang memperlihatkan untuk memberikan pelayanan tepat waktu, cepat, dan garansi pelayanan bank.

Di dalam Islam dijelaskan bagaimana kualitas pelayanan menurut Al-Qur'an, sebagaimana firman Allah SWT.:³¹

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah-lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka

³¹ QS. Ali-Imran [3]:159.

bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya.” (QS. Ali-Imran: 159)

Nilai syariah merupakan ukuran persepsi konsumen terhadap nilai-nilai syariah atau prinsip Islam yang diterapkan dalam bank syariah diantaranya:

- Bank Syariah merupakan bank yang beroperasi sesuai dengan ketentuan Al-Qur'an dan as-Sunnah sesuai ketentuan yang ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional dan operasionalnya diawasi oleh Dewan Pengawas Syariah.
- Tidak terdapat unsur riba dan bunga dan terbebas dari unsur judi (*maysir*) dan ketidakpastian (*gharar*) dalam operasionalnya.
- Terhindar dari bisnis yang haram
- Menggunakan sistem bagi hasil atau prinsip bagi hasil sebagai pengganti sistem bunga dan terbebas dari unsur riba.

Hal tersebut juga dijelaskan dalam Al-Qur'an sebagaimana firman Allah SWT.³²

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَأْكُلُوا الرِّبَا أَضْعَافًا مُّضَاعَفَةً وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu memakan riba dengan berlipat ganda dan bertaqwalah kamu kepada Allah supaya kamu mendapatkan keberuntungan.” (QS. Ali-Imran: 130)

Minat menjadi nasabah di bank syariah (Y) adalah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian mahasiswa Ekonomi Islam pada perbankan

³² QS. Ali-Imran [3]: 130.

syariah seperti kualitas produk, pelayanan, nilai syariah sehingga menjadi sumber motivasi untuk melakukan apa yang diinginkan yaitu memiliki rekening di bank syariah.

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik.

Instrumen dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:



Tabel 3.1 Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Skala	No. Item
1	Kualitas Produk (X1)	<ul style="list-style-type: none"> - Keunggulan - Keandalan - Kesesuaian - Keistimewaan 	Diukur melalui angket dengan skala likert	1, 2, 3, 4, 5, 6
2	Kualitas Pelayanan (X2)	<ul style="list-style-type: none"> - Ramah - Kesiediaan membantu - Ketanggapan - Ketepatan waktu - <i>Acces</i> 	Diukur melalui angket dengan skala likert	7, 8, 9, 10, 11, 12
3	Nilai Syariah (X3)	<ul style="list-style-type: none"> - Beroperasi sesuai dengan prinsip syariah - Produk bebas dari riba dan bunga - Menghindari bisnis haram - Menggunakan sistem bagi hasil 	Diukur melalui angket dengan skala likert	13, 14, 15, 16, 17, 18
4	Minat menjadi nasabah (Y)	<ul style="list-style-type: none"> - Kepuasan dalam pelayanan - Keyakinan terhadap produk bank syariah - Keyakinan akan nilai syariah 	Diukur melalui angket dengan skala likert	19, 20, 21, 22, 23, 24